

VÁRHELYI TAMÁS

## A TISZA-TÓ FEJLESZTÉSÉNEK STRATÉGIAI LEHETŐSÉGEI / THE POSSIBILITY OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF LAKE TISZA

### Összefoglalás

*Az elmúlt években a Tisza-tó fejlődése az eredmények ellenére alaposan elmaradt más sikeres magyar turisztikai régiók fejlődésétől. Különösen igaz ez a tó Heves megyei kis településeire. Egy 2017-ben kezdett kutatás azt vizsgálja, hogy stratégiai fejlesztésekkel hogyan lehetne ezen változtatni. Elsősorban olyan stratégiai jelentőségű termékfejlesztéseket keresünk, amelyek itt vihetők a leginkább sikerre. Ilyen lehet a lassúhajózás fejlesztése. Ez a korábban már nagy beruházásokkal támogatott ökoturizmussal is szinergiában fejleszthető.*

*A kutatás eredményei alapján kijelenthető, hogy településcsoportokat együttesen lehetne bevezetni a hazai piacra. A vízre épülő szolgáltatások mellett érdemes volna az innovatív, turisztikához és az egészséges életmódhoz kötődő termékek és szolgáltatások létrehozásával és értékesítésével is foglalkozni. A márkáépítés, illetve a márkai pozicionálása csak modern marketing eszközök segítségével lehetséges – kutatásaink során ezzel a kérdéssel is tervezünk foglalkozni.*

**Kulcsszavak:** termékfejlesztés, turisztikai stratégia, lassúhajó, térségfejlesztés  
**JEL kód:** Z32

### Abstract

*Despite of the significant results the development of the Lake Tisza has remained behind other successful Hungarian touristic destinations. It is especially true for the small settlements of Heves county. The research that has begun in 2017 examines how to change this situation with the help of strategic developments. It has been searched such product developments which can be here successful. This can be the development of slow boating. This can be developed together with ecotourism, supported by huge amount of funds earlier.*

*According to the research it can be stated that the cluster of settlements can be together successfully placed for the national tourism market. We suggest developing innovative products*

*and services for healthy lifestyle beyond the water based services. We also plan using modern marketing tools for proper place of these products to the tourism market – we also plan to focus on this topic in our research.*

**Keywords:** product development, tourism strategy, slowboat, regional development

## **Bevezetés**

Bár a Tisza-tó Magyarország kiemelt üdülőkörzeteihez tartozik, fejlesztésében a kétségkívül jelentős egyedi fejlesztések ellenére jelentős hiányosságokat találunk. Michalkó Gábor szerint [Michalkó, 2010] a területfejlesztési és a (turisztikai) funkcionális szint közötti különbség abban rejlik, hogy előbbi a gazdasági-társadalmi felzárkózás elősegítését komplex megközelítésben, utóbbi egy funkcióra koncentrálva gondolja végig. Sajnálatos módon a létező stratégiában ezek a szintek általában keverednek – a tisztuláshoz vezethet egy olyan megközelítés, amely a turisztikai fejlesztések terveihez, lehetőségeihez veszi számba a szükséges területfejlesztési kapcsolódásokat.

A Tisza-tó fejlesztésének az egyik kulcsa nyilvánvalóan a kikötő- és strandfejlesztés. Ezt különböző időszakokban, különböző fókusszal több településen is érdemes elvégezni. Tiszanána esetén egy projekt már megvalósítás alatt áll. A Tiszanána-Dinnyéshát strand és csónakkikötő fejlesztése projekt lényege, hogy ezt a két turisztikai infrastrukturális elemet együttesen kell fejleszteni, továbbá az, hogy a fejlesztéseket úgy kell megtervezni, hogy a piacra vitel reális legyen. A fejlesztések célja a település helyi vonzerőkhöz kapcsolódó turisztikai infrastruktúra feltételeinek javítása. Az itt leírtak gyakorlatilag illeszkednek a TOP-1.2.1-15 „Társadalmi és környezeti szempontból fenntartható turizmusfejlesztéshez” című. felhívás céljaihoz: hozzájárul a térség gazdaságának diverzifikációjához, a helyi gazdaság élénkítéséhez a foglalkoztatás növelése érdekében. A komplex és integrált megközelítésű projekt térségi jelentőségű, és elősegíti a turisták hosszabb tartózkodási idejét a Tisza-tó térségében.

Elemeztük a megkapott, illetve a területen gyűjtött további projektötleteket, és arra a következtetésre jutottunk, hogy ezek csak kifejezetten nagy központi beruházással valósíthatók meg. Forrásként a Modern Városok konstrukcióhoz hasonló programra lenne szükség.

## **Anyag és módszer**

A kutatás elsődleges célja projekttervek megalapozása és azonosítása, valamint egy turisztikai stratégia megalapozása volt. Ehhez elsősorban másodlagos kutatási adatokra volt szükség: internetes kutatásra, statisztikai elemzések áttekintésére, a térségre vonatkozó korábbi stratégiák elemzésére. Emellett egy térségi szintű adatgyűjtés és egy térségi szintű projektgenerálás is megvalósult. Az adatgyűjtés a térség településeinek fő adatai összegyűjtésére, strukturálására irányult, ide értve a települések jellemzőinek, közlekedési kapcsolatainak, turisztikai jellemzőinek összegyűjtését, valamint ezekhez a verseny-társak, illetve a legjobb nemzetközi gyakorlat adatainak összegyűjtését és társítását.

A projektgenerálás korábbi projekttervek áttekintését és új tervek stratégiai gondolkodás alapján történő megfogalmazását jelentette. A projektgenerálás megalapozásához helyi turisztikai szereplőkkel és önkormányzati vezetőkkel folytatott interjúk is hozzájárultak. Ez az anyag későbbi előzetes megvalósíthatósági tanulmányok, illetve programozási és pályázati anyagok megfogalmazásának alapja is lehet.

## **Eredmények**

A Tisza-tó stratégiáját megalapozó vizsgálatok eredményeként az eddigiekhez képest nagyobb volumenű turisztikai siker csak komplex fejlesztések segítségével valószínű, amelynek négy kulcseleme van:

- Az elérhetőség javítása – javasolható pl. az M3-as út, Eger felé vezető csomópontjából a Dormándot és Besenytelket elkerülő út megépítése
- Egyedi, Magyarországon máshol nem található turisztikai kínálat, illetve attrakció-fejlesztés,
- A Tisza-tó adottságainak megfelelően a triviális turisztikai kínálat infrastruktúrájának fejlesztése, ami a gyakorlatban elsősorban kikötő- és strandfejlesztést jelent
- Modern turisztikai marketing fejlesztéseket, illetve marketing gyakorlatot (pl. neuromarketing)

Mind az érintett térség, mind egész Heves megye turizmusára jellemző, hogy a fő küldőpiacokhoz viszonylag közel vannak az attrakciókat kínáló desztinációk, de a megközelíthetőség utolsó szakasza kifejezetten rossz. Még maga a megyeszékhely sem rendelkezik közvetlen sztráda-kapcsolattal – azonban ennek építése folyamatban van. Az új csomópontot célszerű lenne egy útrövidítést is jelentő elkerülő út építéséhez felhasználni. A turizmusban így Poroszló közvetlenül sztráda-kapcsolattal rendelkező településnek minősülne,

ami az egész Tisza-tó turisztikai értékét megnövelné. Emellett egy új, kb. 7 kilométeres út megépítését is javasoljuk a Laskó patak nyugati partján, amely a 33-as útról direkt megközelíthetőséget biztosítana Sarudnak, a legnagyobb megyei vízfelület központi településének, és közvetve Tiszanánánk. Alternatív lehetőség Kisköre megközelíthetőségének javítása Heves felől, de ez lényegesen költségesebb megoldás.

A Tisza-tó turizmusát, mind az ökoturizmus, mind egyes vízi turizmus ágak (motoros és vitorlás hajók) vonatkozásában a fejlesztéseket a tó a térségen kívül eső területeivel együtt, egységesen célszerű tervezni. A tó jellegéből adódóan főleg nyári (illetve év közepi) programok, vízi sportok, fesztiválok fejlesztése jöhet szóba. A vízi sportok fejlesztése, a professzionális hajóztatás az infrastruktúra-fejlesztés mellett oktatási, képzési programok támogatásával végezhető a leghatékonyabban. Két ilyen emelhető ki:

- Az egyik a tanfolyamok, szaktanfolyamok támogatása, amelyek segítségével a vendégeket szállító vízi járművezetők, illetve hobbiból hajózók megszerezhetik azt a képesítést, amelyre a szabályokat szigorúan értelmezve már ma is szükségük lenne. Az ilyen tanfolyamok, képzések egyszerre növelik a keresletet és teszik professzionálisabbá a kínálatot, miközben direkt módon hozzájárulnak a munkahelyteremtéshez is.
- A másik vitorlás táborok, evezős- és hajós ökotáborok támogatása, amely szintén hozzájárulna a kereslet növeléséhez és a munkahelyteremtéshez. Ezzel egyben kifejezetten hatékonyan lehetne a tavat és a szolgáltatásokat megismertetni a turisztikai piacon.

### **Lassúhajó (lakóhajó) hálózat fejlesztése**

A Tisza-tó ismertté, sikeressé válásához még további egyedi attrakciók, szolgáltatások fejlesztésére van szükség. Ezek egy része az eddigi tapasztalatok alapján nem tud megvalósulni támogatás nélkül. Ebben a részben egy olyan lehetőséget fejtünk ki, amely Európában kifejezetten sikeres, de Magyarországon gyakorlatilag hiányzik. Ez a lakóhajó-bérlés lehetőségének megteremtése, a lakóhajók bevezetése a tóra.

A többnyire csatorna-rendszereken közlekedő lakóhajók, vagy más néven lassú-hajók olyan 6-8 méter hosszú, nem nagy teljesítményű motorral rendelkező közlekedési eszközök, amelyek gyakorlatilag egy lakókocsi felszereltségével bírnak. Még a nemzetközi cserehálózatok (pl. RCI) kínálatában is megtalálhatók. A Tisza tó ideális helyszín lenne egy ilyen hálózat kialakítására, és ez a közvetlen eredményeken túl a tó imázsának felértékelődéséhez is vezetne.

A hajók elsősorban hetes bérbeadással kerülnének hasznosításra, azaz nagymértékben növelnék az átlagos tartózkodási időt. A potenciális bérlők az átlagos vendégkörhöz képest nagyobb költségi potenciállal rendelkeznek, ami az érintett települések vendéglátóhelyeinek, boltjainak felvirágzásához, új egységek megnyílásához vezethet. Bár a terv

egy báziskikötő fejlesztésével számol, nyilvánvalóan egy javasolt útvonal kiválasztásával a térség szinte összes vízparti települése fejlődését megalapozhatja.

A központi helyszín lehet Tiszabábolna, illetve a szomszédos borsodi partszakasz, de a későbbi megvalósíthatósági tanulmány vizsgálataitól függően akár más térségi település is lehet. A potenciális projekt jellegéből adódóan több központ, akár hét érintett kikötő is lehet kedvezményezett – ez katalizátora lehetne a Tisza-tó hatékony fejlesztésének.

### **További fejlesztési lehetőségek**

Három további projektötlet emelhető még ki:

- 4 csillagos szálloda létesítése a legnagyobb szabad vízfelület közelében: egy turisztikai térségnek kell lennie egy minőségi szállodájának, amely az igényesebb vendégek számára is megfelel, és amely húzza maga után a többi szálláshelyet is – tekintettel például a humán erőforrás képzésére, a jó gyakorlat láthatóvá tételére. Egy ilyen szálloda általában önálló marketinggel is jelen van az országos piacon, így a térségitől egy független marketing csatornán is népszerűsíteni tudja a Tisza-tavat. A tó másik oldalán már vannak ilyen szállodák (Tiszafüreden, Abádszalókon). Meg kell jegyezni, hogy például a Modern Városok program keretében hasonló indítatásból épül közpénzből egy nagy négycsillagos szálloda Szekszárdon, amely az ottani borvidék turisztikai sikerességét hivatott emelni.
- Vitorlasközpont és oktatóbázis létesítése: ez mindenképpen javasolható, hiszen mind a Balatonon, mind Abádszalókon működik, a Tisza-tó Heves megyei térsége pedig valamivel jobb elérhetőségű, így reális esély van a sikerre. Kifejezetten sok magyar jár ki például Horvátországba, hogy vitorlaskapitányi, vagy motorhajó-vezetési jogosítványt kapjon. Meg kell azonban vizsgálni, hogy a két funkció egy helyen, vagy különböző helyeken legyen. Elképzelhető az elméleti oktatás Polgáron, a gyakorlati Tiszanánán vagy más kikötőben.
- Wellness központ építése: a térség nyilvánvalóan nem elsődleges egészségturisztikai desztináció, viszont a szakma szerint egy ilyen központnak pozitív hatása van a többi turizmuság fejlődésére is. Különösen igaz ez a vízi turizmusra, hiszen egy kiadós evezés után jól eshet egy melegvizes lazító fürdő, vagy egy masszázs. Emellett azonban egy ilyen központ úgy is segíti a többi turizmuságat, hogy tartalék lehetőségként szolgál: ha rossz az idő, a vendégek ide is ellátogathatnak. Ugyancsak igaz, hogy hasonló logika alapján egy ilyen központ a szezon meghosszabbítására is alkalmas. A világtrendeknek megfelelően azért is érdemes egy ilyen fejlesztésben gondolkodni, mert egyrészt a központhoz tartozó kezelések nagyobb haszontartalommal bírnak a többi turisztikai szolgáltatásnál, így a Tisza-tó turizmusának jövedelmezőségét javíthatják. Másrészt az is a nemzetközi trendekből adódó tény, hogy egyre több ember számára

a wellness kezelések a rendszeres napi-heti rutin részei, és nem szívesen nélkülözik azt akkor sem, ha az elsődleges turisztikai motivációjuk más.

### **A kapcsolódó turizmus-ágak**

A Tisza-tó vonatkozásában a **kulturális turizmus** (kiemelten az eseményturizmus) szükségképpen a térség turizmusának elengedhetetlen része és egyik fő prioritása, de tisztában kell lenni azzal, hogy ez a turizmus ág önmagában nem alkalmas arra, hogy minőségi fejlődés következzen be a tó turizmusában. Ezen a téren a feladat a meglévő értékek és rendezvények folyamatos, összehangolt, zökkenőmentes szervezése, ezek néhány további rendezvénnyel történő kiegészítése, a fókuszálás (pl. a gasztrofesztiválokra), a turisztikai jelleg erősítése, a professzionális marketing. Utóbbihoz más fejlesztésekhez kapcsolódó új térségi marketingterv készítése lenne szükséges. A fesztiválturizmus az elmúlt évtizedben töretlenül fejlődött Magyarországon, és számos turisztikai szempontból speciális jellemzője (Sulyok, 2010) alkalmassá teszi arra, hogy a tó ismertségét, kedveltségét és látogatottságát egyaránt növelje. Már jelenleg is létezik egy olyan nyári fesztivál, ami potenciálisan az ország legsikeresebb fesztiváljai közé emelkedhet. A Természet Operaháza Tisza-tavi Fesztivál két különleges ötlettel emelkedik ki a hasonló rendezvények közül. Az egyik a Tour D’Opera elnevezésű, 67 kilométeres kerékpártúra, amely megállóiban, a kikötőkben és a tóparton különböző műfajú, döntően komolyzenei koncertek szólalnak meg. A másik a Boat D’Opera, melynek közönsége hajókkal, motorcsónakokkal közelítheti meg a programok helyszíneit. A rendezvények egyik legszebb pontja Heves megyei, Tiszanána strandja és kikötője között található.

Az adatgyűjtés eredményei kapcsán még meg kell említeni azt, hogy ha a település fekvése jelent lehetőséget – elsősorban akkor, ha Eger és egy onnan kiegészítő programként elérhető desztináció között fekszik. Ilyenek lehetnek a Tisza tó és Eger között fekvő települések, elsősorban Füzesabony és környéke – Füzesabony amúgy is vasúti közlekedési csomópontja a megyének. Ilyenek a vízpartot körülvevő települések is – itt egy szállás-kiadó rendszer kitalálása és fejlesztése segíthetné az integrálódást, és kapcsolhatná be a magán szállásadókat a turisztikai iparba.

### **Következtetések**

Bár az elmúlt években a Tisza-tó fejlődése az eredmények ellenére alaposan elmaradt más sikeres magyar turisztikai régiók fejlődésétől, az ország kedvező gazdasági helyzete lehetővé és valószínűvé teszi, hogy végre ide is allokálódnak a kitöréshez elengedhetetlen források. Amennyiben a forrásokat a megfelelő, innovatív stratégiai jelentőségű projektekre sikerül

fordítani, akkor megindulhat a fejlődés a leginkább elmaradott, de jó turisztikai potenciállal rendelkező, tó mellett fekvő Heves megyei kis településeken is. Kutatásaink alapján elsősorban olyan stratégiai jelentőségű termékfejlesztésekre lenne szükség, amelyek a Tiszatavon vihetők a leginkább sikerre. Ilyen lehet a lassúhajózás fejlesztése. Ez a korábban már nagy beruházásokkal támogatott ökoturizmussal is szinergiában fejleszthető.

A kutatás eredményei alapján kijelenthető, hogy településcsoportokat együttesen lehetne bevezetni a hazai piacra. A teljes tóval foglalkozó fejlesztési tanács mellett szükség lenne a Heves megyei települések, illetve az itteni vállalkozások szerint egy turisztikai klaszterre, mely operatív menedzsment szempontból is hatékony lehet (Könyves, 2008), és az intenzív fejlesztési időszakban valószínűleg hatékonyabb, mint a később növekvő jelentőségű, szintén létrehozandó térségi TDM szervezet.

A Tisza-tó sikerességéhez nem elegendő a vízparti és a vízi turizmus, itt az egerszalóki modellhez [Várhelyi, 2009] hasonló komplex termékfejlesztésre van szükség. A komplex gondolkodáshoz a turizmushoz kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése is hozzátartozik: így a gasztronómiához a helyi termékeken vagy az innovatív kutatásokon alapuló élelmiszeripar, a borturizmushoz a borágazat, az egészségturizmushoz speciális egészségügyi ágazatok (pl. balneológia, gyógytorna, masszázsok), a kulturális- és örökségturizmushoz a kultúra, a szolgáltatások minőségének biztosításához az oktatás fejlesztése. Nem szabad elfelejteni, hogy a turisztikai költség jelentős része vásárlás: ezt tervezetten elő kell segíteni (ez nem „bevásárló turizmus”, de az elsődlegesen turisztikai motiváció mellett komoly profit származhat a turisták vásárlásaiból).

### **Hivatkozott források**

- KÖNYVES, E. [2008]: Klaszterek szerepe a turizmusban, „Hagyományok és kihívások a menedzsmentben”, Debrecen, pp. 374-381.
- MICHALKÓ, G. [2007]: Magyarország modern turizmusföldrajza. Dialóg Campus Kiadó, BudapestPécs, 2007
- Neuromarketing és turizmus. Turizmus Online 2017. október 29. [http://turizmusonline.hu/kulfold/cikk/neuromarketing\\_es\\_turizmus](http://turizmusonline.hu/kulfold/cikk/neuromarketing_es_turizmus) (letöltés ideje: 2018. 02. 16.)
- SULYOK, J. [2010]: A magyar lakosság fesztivállátogatási szokásai Turizmus Bulletin XIV. (3) 2-11.
- VÁRHELYI, T: A Turizmus fejlesztése (főiskolai jegyzet), Líceum Kiadó, Eger, 2009.

**Szerző**

**Várhelyi Tamás**

PhD

Főiskolai tanár

Eszterházy Károly Egyetem

varhelyi.tamas@uni-eszterhazy.hu